

RESUMO

Neste fragmento de estudo, apresentamos alguns resultados de um trabalho de pesquisa na qual tratamos de investigar e analisar as relações dos contos de fadas, com um grupo de crianças de uma escola de educação infantil privada de porto alegre. Foi verificada a enorme penetração que este artefato cultural produz no mundo contemporâneo, principalmente no dia a dia das crianças. Reafirma-se que eles se constituem como recursos pedagógicos de produção e transmissão de conhecimentos e fazem parte de um amplo e eficiente currículo cultural. Dentre as possíveis análises utilizadas para afirmar a influência que a mídia exerce tanto na família quanto na escola, destacam-se os arranjos produzidos pelo filme da Disney intitulado “branca de neve e os sete anões”. Para podermos avaliar os modos de produção de identidades que se constituem a partir do consumo de personagens foram escolhidos os contos de fadas e a produção cinematográfica, devido a contribuição expressiva destes artefatos no constructo social, visto que oferecem ferramentas uteis para se ter um olhar mais expressivo sobre a constituição dos sujeitos infantis na contemporaneidade como modo operante de subjetividades. Tomando a historia infantil e o filme como uma forma de estimular a memória e conquistar a atenção do potencial consumidor, a pesquisa busca as interfaces influentes dos contos de fadas na vida dos sujeitos infantis, despertando o desejo pelo consumo. Neste contexto, a pesquisa se propõe a observar e analisar a publicidade, que invoca os personagens que habitam o mundo das crianças, para divulgar seus produtos que geralmente estão associados a alimentos, brinquedos, materiais escolares e outros. no mundo contemporâneo as mudanças sociais são visíveis a cerca da infância ou ao ato de ser criança, por isso nasceu o desejo de buscar prováveis respostas sobre esta temática. Os conteúdos presentes nos contos atuais, sejam quais forem sua natureza, são utilizados preterivelmente pela mídia. Esta pesquisa se propõe buscar através de caminhos investigativos as relações cotidianas vividas pelas crianças em ambiente escolar, observando seus desejos de consumir, o que nos possibilita contextualizar e problematizar o consumo relacionado aos contos de fadas.

Palavras chave: consumo, contos de fadas, educação infantil, mídia